

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Secara umum, maskulinitas di Indonesia diartikan sebagai sesuatu yang menggambarkan sosok kejantanan laki - laki. Baik berupa kepribadian, perilaku, pekerjaan, benda atau lainnya. Misalnya agresif, dominan, ambisius, tanpa emosi, seorang pembalap, seorang montir, pekerja keras merupakan beberapa hal-hal yang dianggap maskulin. Sebaliknya, feminim adalah sifat kebetinaan dari perempuan yang sangat bertolak belakang dengan laki-laki. Berpenampilan lemah, lembut, atau emosional merupakan salah satu dari representasi dari feminim. Konstruksi perempuan cenderung bersih, cantik, imut, putih, wangi dan cenderung menggunakan make up.

Konstruksi telah membentuk persepsi bahwa laki-laki yang dapat dikatakan sebagai seorang yang maskulin atau pria sejati secara tradisional pada umumnya haruslah kuat, aktif serta dapat mendominasi. Namun konsep ini bukanlah konsep dengan dimensi kategori tunggal. Maskulinitas merupakan konstruksi sosial yang dapat diberi makna yang berbeda oleh setiap masyarakat. Maka konsep tentang maskulinitas laki-laki jika dikomunikasikan dengan budaya-budaya tertentu akan berubah seiring berjalannya waktu, sehingga makna maskulin tidak bisa bersifat tetap. Seperti yang dikatakan oleh (Barker, 2011) bahwa maskulinitas menjadi hal yang sangat kompleks serta dinamis yang dapat berubah dari waktu ke waktu.

Seperti yang diungkapkan oleh Nur Hasyim dkk (dalam Noviasari 2012):

*“Maskulinitas patriarkhis yang menuntut laki-laki untuk memenuhi citra laki-laki ideal juga menyebabkan sebagian lakilaki berada dalam kecemasan yang tidak berkesudahan. Sebagian laki-laki dilingkupi kecemasan karena tidak dapat memenuhi citra ideal tersebut. Situasi ini membuat kualitas kebahagiaan mereka menjadi buruk karena laki-laki berada dalam situasi konflik antara citra ideal dan citra aktualnya.”*

Dalam kehidupan sosial, dengan tradisi maskulin tradisional yang semacam di Indoneisa ini, laki-laki dianggap gagal jika dirinya tidak maskulin atau juga disebut dalam hal ini adalah gagah. Kebanyakan laki-laki ditekan untuk menjadi maskulin. Berpenampilan lemah, emosional, atau semacamnya yang menampilkan kebalikan dari sifat tersebut merupakan suatu ancaman utama terhadap percaya diri laki-laki.

Hal tersebut membuat laki-laki mendefinisikan kembali tentang konsep menjadi laki-laki maskulin. Konsep maskulin pun menjadi bergeser pemaknaan dari yang pernah ada. Sebuah konsep yang memberikan kebebasan pada laki-laki untuk berani menjadi dirinya sendiri. Terdapat standar masing-masing untuk mendefinisikan bagaimana sosok laki-laki yang maskulin. Informasi-informasi mengenai lelaki maskulin dapat diakses salah satunya melalui media massa.

Dalam hal ini media massa adalah salah satu media yang digunakan dan berperan dalam sebuah pencitraan maskulinitas seorang individu ataupun kelompok. Perkembangan media informasi saat ini berkembang dengan sangat pesat sehingga dapat mempengaruhi kehidupan sosial manusia. Media massa

menjadi sistem komunikasi kian penting dalam kehidupan manusia dengan menyebarkan informasi secara kreatif dan inovatif. Dalam hal ini media informasi dapat berupa komunikasi yang dilakukan oleh manusia seperti komunikasi intrapribadi, antarpribadi, kelompok, antar budaya, dan komunikasi massa. Komunikasi merupakan proses dimana komunikator menggunakan media massa untuk menyebarluaskan pesan – pesan secara luas dan terus menerus, menciptakan makna-makna serta harapan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan berbagai cara.

Komunikasi massa merupakan jaringan yang menghubungkan banyak penerima kepada satu sumber, sementara teknologi media baru biasanya menyediakan berbagai macam hubungan interaktif. Komunikasi massa memperngaruhi konteks sosial dan sosial mempengaruhi media. Dengan kata lain, terjadi hubungan transaksional antara media dan masyarakat. Media massa memiliki peran strategis, sebagai saluran yang menyampaikan informasi kepada publik tak terkecuali informasi mengenai gambaran tentang konsep maskulinitas yang selama di sebarakan melalui beerbagai media oleh pihak – pihak tertentu.

Pemahaman terhadap maskulinitas di masyarakat, terbentuk salah satunya juga melalui media massa yang secara terus menerus memproyeksikan peran-peran berdasarkan gender secara stereotip. Budaya-budaya dari bangsa lain pun dapat kita ketahui melalui informasi yang disajikan oleh media, begitu juga dengan pemaknaan gender oleh masyarakat dari budaya lain, yang lebih terbuka dan memberi posisi yang sama dalam membahas maskulinitas.

Seiring dengan perkembangan jaman, media massa mampu melahirkan banyak media baru salah satunya adalah media sosial seperti Facebook, twitter, youtube dan Instagram. Instagram secara umum dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile berbasis Ios, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat mengunggah foto atau video yang dibagikan nantinya akan terpampang di beranda pengguna lain yang menjadi *follower*. Sistem pertemanan di instagram menggunakan istilah *following* dan *followers*.

*Following* berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan *followers* berarti pengguna lain yang mengikuti anda. Selanjutnya setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan. Instagram awalnya dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 Miliar, akuisisi itu terjadi pada April 2012 (Indriani, 2017).

Instagram sebagai media sosial telah di manfaatkan oleh berbagai kalangan, salah satunya adalah juga untuk membangun sebuah citra maskulinitas. Masalah maskulinitas ini saat ini secara tidak langsung terlihat di instagram yang mulai sering menampilkan sosok pria yang tidak ragu lagi dalam mengedepankan sisi femininnya, salah satunya adalah *boyband-boyband* yang berasal dari Korea atau yang lebih dikenal dengan K-Pop. K-pop adalah singkatan dari Korean Pop yang secara spesifik berkaitan dengan musik pop Korea. Bangtan Boys atau lebih dikenal dengan BTS adalah salah satu dari *boyband* yang aktif di media sosial

instagram. Saat ini BTS telah memiliki 19,2 juta pengikut dengan total 459 unggahan foto maupun video pada akun instgaram @bts.bighitofficial.

Sisi maskulin di dunia K-pop identik dengan penampilan tubuh yang kurus, tinggi, putih modis dan dengan fashion yang unik , namun tidak meninggalkan sisi lembut seperti yang kerap kali di tampilkan oleh personil BTS pada unggahan fotonya di Instagram . Hal tersebut tentu saja tidak sesuai dengan penggambaran konsep maskulin yang selama ini kita pahami terutama di Indonesia. Sedangkan konsep maskulin di Indonesia masih pada tataran laki-laki yang memiliki semangat juang yang tinggi, bersifat petualang, mendominasi, kuat, mandiri, tegas, simpel, serta macho.

Dari latar belakang inilah penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pemaknaan Kpop-ers Tentang Maskulinitas Pada Gaya Fashion Personil Boyband BTS di Instagram ( Studi Resepsi Pada Akun @bts.bighitofficial Oleh Anggota laki – laki di Komunitas BLAST *Entertainment*)”. Yang menjadi dasar penulis terhadap pemilihan media Instagram karena merupakan media yang dianggap peneliti sangat representatif dan mudah untuk mendapatkan informasi seputar K-pop .Penelitian ini sendiri di lakukan menggunakan studi resepsi, Karena kebanyakan penelitian terdahulu lebih sering membahas tentang kajian maskulinitas dengan menggunakan analisis semiotik. Juga penelitian tentang pemaknaan maskulinitas pada penggemar laki-laki di Indonesia belum banyak dikaji. Peneliti ingin mengungkap respon K-Popers atau penggemar K-pop (audiens) dalam bentuk pemaknaan audiens.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana anggota laki-laki pada komunitas BLAST Entertainment memaknai konsep maskulinitas pada gaya fashion personil *boyband* BTS di akun instagram @bts.bighitofficial ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan peneliti yang ingin dicapai adalah untuk mencari tahu bagaimana pemaknaan tentang maskulinitas pada gaya fashion personil *boyband* BTS di akun instagram @bts.bighitofficial kepada anggota laki-laki di komunitas BLAST Entertainment dalam perpektif resepsi.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Akademis**

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemahaman tentang konsep maskulinitas dalam kajian ilmu komunikasi dan tambahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

### **b. Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini diharapkan dapat merubah persepsi masyarakat dalam menilai maskulinitas yang ada pada budaya pop korea berbanding dan berbeda dengan budaya di Indonesia.
2. Bagi komunitas BLAST Entertainment diharapkan dapat menginspirasi masyarakat tentang fashion yang mengadopsi dari budaya pop korea yang bisa membuat laki-laki di Indonesia masih terlihat Manly.